

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОТЧЕТА О КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Кочар И.К.

Вроцлавский экономический университет, г. Вроцлав, Республика Польша

Традиционные формы бухгалтерского учета и финансовой отчетности в условиях развития информационного общества и экономики знаний становятся недостаточными для потребителей. Более востребованной является расширенная информация, дополнительные отчеты, в том числе отчеты о корпоративной социальной ответственности. Такие отчеты в течение нескольких лет уже готовятся и публикуются польскими предприятиями. Но практика их подготовки и реализации показывает, что качество содержащейся в них информации весьма низко.

Финансовая отчетность появилась в процессе развития бухгалтерского учета как науки. Правила ее подготовки и представления общественности закрепляются в национальных законах о бухгалтерском учете, а также в международных стандартах финансовой отчетности. Финансовая отчетность содержит информацию о финансовом положении предприятия и о последствиях его деятельности. Подготовленная в соответствии с законодательством и учетной политикой предприятия, она имеет особые характеристики, такие как сопоставимость, надежность, достоверность, доступность, своевременность и эффективность.

Дополнительный отчет о корпоративной социальной ответственности предоставляется только по собственной инициативе предприятия. Поэтому количество компаний, которые их составляют, является небольшим, хотя и увеличивается год от года под влиянием общественных ожиданий. Это показывают и социологические обследования, неоднократно проводившиеся в Польше. Социальный заказ на данную информацию в ежегодной финансовой отчетности предприятий не только существует, но и постоянно растет.

Исследования, проведенные по всему миру, свидетельствуют о том, что получение информации об этической и социальной деятельности предприятий необходимо для формирующегося информационного общества. Например, по результатам исследования, проведенного в 2003 году в Великобритании компанией Ipsos MORI 86 % респондентов заявили, что они ожидают информацию о социальных мероприятиях, проводимых компанией. Она весьма важна для принятия решений о покупке акций и долей в предприятиях (74 % британцев). Экологическая и этическая деятельность является определяющей для самих компаний (59 % опрошенных). Аналогичные исследования были проведены также в России и Польше [1, 2].

Анализ публикующихся в течение нескольких лет отчетов по корпоративной социальной ответственности показывает, что в нынешнем виде основными проблемами их представления и использования являются следующие:

1) произвольное толкование рекомендаций по составлению отчета о корпоративной ответственности, которое направлено на удовлетворение потребностей компании, а не потребителя информации;

2) данные отчеты не являются простыми в понимании пользователями, не отличаются прозрачностью; изложенная в них нефинансовая информация носит общий характер и весьма селективна; разрастающаяся с каждым годом информация превышает возможности ее интерпретации человеком и, следовательно, использования;

3) представление информации о корпоративной социальной ответственности в составе отчета о годовой бухгалтерской отчетности приводит к восприятию его как конечного результата процесса учета, что не соответствует действительности. Ведь любая другая часть финансовой отчетности основывается на учетной политике субъекта и содержащейся в ней информации. А отчет о социальной ответственности не имеет корней в бухгалтерском учете, хотя представлен в таких же характеристиках, как и вся остальная информация;

4) отсутствие сопоставимости с предыдущими годами ввиду произвольной подачи информации в каждом последующем году.

Перечисленные недостатки современного отчета о корпоративной ответственности приводят к утечке полезной и насаждению агрессивной информации, выполняющей миссию введения пользователей в заблуждение.

Совершенствованию качества отчетности по корпоративной социальной ответственности, несомненно, способствовало бы опубликование на национальном языке руководства GRI (Global Reporting Initiative) по принципам их подготовки. Это позволило бы унифицировать форму и содержание таких отчетов.

Мировая практика показывает, что внедрение новых идей, в том числе и продвижение информации о корпоративной социальной ответственности, должно проводиться на государственном уровне национальными правительствами. Применительно к польским властям государственным органом, который мог бы способствовать распространению практики отчетности по корпоративной социальной ответственности, могло бы стать Министерство экономики. Именно его постановлением могут быть приняты руководящие принципы раскрытия нефинансовой информации в годовой бухгалтерской отчетности компаний.

Литература

1. Ethical Companies, <http://www.ipsos-mori.com/researchpublications>, 01.04.2013.
2. Koczar, J. Społeczna odpowiedzialność biznesu a rosyjskie społeczeństwo, [w:] Adamek J., Orzeszko T., Rola podmiotów sektora publicznego, gospodarstw domowych i przedsiębiorstw w kreowaniu i wspieraniu zrównoważonego rozwoju, PN UE we Wrocławiu nr 297 z 2013 r.
3. Komunikacja CSR – przebadano konsumentów i firmy, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/baza-wiedzy>, 10.11.2013
4. Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz. U. z 2013 r. poz. 330 ze zm.
5. Wytyczne w zakresie ujawniania danych pozafinansowych przedsiębiorstw, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2012